

家电

行业研究/动态报告

低基数效应逐步减弱，行业回归常态稳健增长

— 2021 年 4 月家电行业电商数据点评

动态研究报告/家电

2021 年 05 月 20 日

报告摘要：

● 家电行业：低基数效应有所减弱，受益经济复苏逐步回归常态增长

2021 年 Q1 家电行业受益于去年同期的低基数效应，呈现出较高的表现增速；进入 4 月份之后，低基数效应有所减弱，行业逐步回归常态增长。同时，随装修、消费等需求端持续向好拉动，叠加地产竣工周期到来，家电行业仍维持稳健向上态势。

● 白色家电：延续稳健增长，海尔空冰洗份额均大幅提升超 7 PCT

2021 年 4 月，空冰洗淘系平台零售额分别同比+1.4%、+29.0%和+15.3%，其中产品均价提升成为板块增长的主要驱动因素。品牌方面，海尔全品类表现亮眼，空冰洗市占率分别同比+7.6、+11.1 与+6.9 PCT 达到 12.0%、+40.3%和+34.6%，较去年同期大幅提升。

● 厨房大家电：集成灶零售额同比+42%领跑厨电，火星人市占率同比+19PCT

2021 年 4 月份，传统烟灶热零售额分别同比+4.0%、-5.8%和+11.1%，增速相对平淡；其中，华帝油烟机、燃气灶零售额分别同比+54.8%、+27.0%，市占率分别同比+2.0、+2.1 PCT。集成灶零售额同比+42.3%，零售额增速领跑厨房大家电领域，其中火星人市占率同比+19.3 PCT 达 28.4%，发力显著。

● 厨房小家电：行业受高基数效应影响增速回落，九阳核心品类市占率大幅提升

受 2020 年同期疫情宅家催化下的高基数影响，厨房小家电按行业 2021 年 4 月份零售额同比-20.3%，行业增速预期内小幅回落。品牌方面，九阳豆浆机、破壁机和电饭煲市占率分别同比+4.2、+21.2 和+8.3 PCT 达到 59.3%、47.2%和 16.4%，品牌拉力突显。

● 生活电器：扫地机器人零售额同比+204.8%，渗透率快速提升维持行业高增

2021 年 4 月生活电器行业景气度继续上行，零售额同比+42.4%。其中，扫地机器人行业受益于渗透率快速上行展现高景气，零售额同比+204.8%；品牌方面，科沃斯零售额实现同比+955%，市占率同比+51.8 PCT 达 72.8%，石头品牌零售额同比+71%。

● 投资建议

家电行业电商数据保持稳健增长，成熟子板块中，龙头企业凭借完备产品布局及强势品牌力实现稳步增长，推荐格力电器，九阳股份，建议关注海尔智家；具备成长性的行业板块受益行业渗透率快速提升有望收获持续高速增长，建议关注火星人，石头科技。

● 风险提示

行业竞争加剧，原材料价格大幅上涨等。

盈利预测与财务指标

代码	重点公司	现价	EPS			PE			评级
		5 月 19 日	2020A	2021E	2022E	2020A	2021W	2022E	
000651	格力电器	57.41	3.71	4.28	4.75	15.5	13.4	12.1	推荐
000333	美的集团	77.33	3.93	4.30	4.74	19.7	18.0	16.3	推荐
600690	海尔智家*	29.00	0.98	1.29	1.55	29.6	22.5	18.7	暂无评级
002242	九阳股份	31.30	1.23	1.41	1.58	25.4	22.2	19.8	推荐

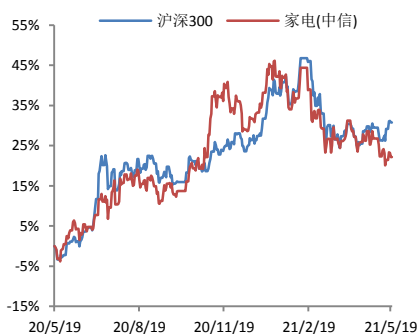
资料来源：公司公告、民生证券研究院

*暂未覆盖，所有数据均来自 wind 一致性预期

推荐

维持评级

行业与沪深 300 走势比较



资料来源：Wind，民生证券研究院

分析师：李锋

执业证号：S0100511010001

电话：010-85127632

邮箱：lifengyjs@mszq.com

相关研究

- 1.【民生家电】全线进入高增区间，家电行业新年开门红——2021 年 1&2 月家电行业淘系电商数据点评
- 2.【民生家电】11 月家电行业电商数据点评：“双 11”实现稳健增长，空洗延续量价齐升

目录

一、2021 年 4 月家电行业淘系电商数据总览.....	3
二、白色家电：空调零售同比持平，冰洗延续稳健增长.....	4
（一）空调：行业零售额同比+1.4%，海尔市占率同比+7.6 PCT	4
（二）冰箱：行业零售额同比+29.0%，海尔市占率同比+11.1 PCT.....	5
（三）洗衣机：产品均价同比+55.7%，行业 CR2 同比+14.6 PCT	6
三、厨房大家电：品类间增速分化，集成灶表现亮眼.....	7
（一）行业：集成灶零售额同比+42.3%，传统品类表现相对平淡	7
（二）竞争格局：火星人集成灶市占率同比+19.3 PCT 达 28.4%.....	8
四、厨房小家电：高基数背景下行业增速有所回落.....	10
五、生活电器：扫地机器人板块零售额同比+204.8%	11
六、天猫旗舰店：厨房小电增速稳健，扫地机器人高景气.....	13
七、风险提示：	13
插图目录	14
表格目录	14

一、2021 年 4 月家电行业淘系电商数据总览

在 2020 年 Q1 新冠疫情造成的低基数效应作用下，2021 年 Q1 家电行业零售呈现强势反弹。进入 4 月份之后，低基数效应逐步有所减弱，家电行业开始向常态增速回归。同时，随装修、消费等需求端持续向好拉动，加之前度被疫情打断的地产竣工周期稳步复苏，兼备客单价较高及装修相关属性的白电、厨电等产品销售仍然维持了稳健增长。

价格方面，由于普遍受到原材料价格大幅上涨压力，涨价成为 4 月的电商渠道主旋律。从结构来看，家电品牌大多采取了产品结构优化升级等接受度更高的方式，以实现对成本压力的柔性转嫁。结合 2021 年 4 月份的家电行业淘系平台电商零售数据来看，虽然各子板块增速有所分化，但整体依然呈现出积极的向上趋势。

2021 年 4 月份，家电行业淘系平台电商零售数据如下：

1. 白色家电板块整体保持稳健增长，其中空调、冰箱和洗衣机零售额分别同比+1.4%、+29.0%和 15.3%；
2. 厨房大家电板块内部增速有所分化，传统厨电增速相对平淡，其中抽油烟机、燃气灶和热水器销售额分别同比+4.0%、-5.8%和+11.1%，新兴品类方面，洗碗机零售额同比-18.3%，集成灶继续保持高景气，零售额同比+42.3%；
3. 厨房小家电板块受去年同期疫情宅家催化下高基数影响，零售额同比-20.3%；
4. 生活电器板块景气度相比 Q1 继续抬升，零售额同比+42.4%，其中扫地机器人板块增速最为突出，零售额同比+204.8%。

表1: 2021 年 4 月淘系平台家电行业累计销售额同比增速

YoY: 销售额	2020/11	2020/12	2021/1	2021/2	2021/3	2021/4
空调	-7.1%	24.3%	363.5%	187.5%	101.5%	1.4%
冰箱	73.0%	95.3%	286.6%	132.6%	23.9%	29.0%
洗衣机	59.3%	52.5%	309.3%	73.5%	25.5%	15.3%
厨房大家电	56.3%	50.5%	90.4%	42.9%	20.3%	-2.2%
抽油烟机	37.1%	20.2%	73.8%	86.4%	-8.6%	4.0%
燃气灶	41.1%	20.1%	50.8%	42.0%	-11.5%	-5.8%
集成灶	61.1%	24.4%	153.7%	38.5%	99.8%	42.3%
洗碗机	86.5%	91.2%	124.0%	6.9%	21.8%	-18.3%
热水器	37.9%	30.1%	150.1%	50.5%	23.1%	11.1%
厨房小家电	40.2%	19.0%	60.1%	-3.3%	-3.8%	-20.3%
豆浆机	-9.2%	-2.2%	6.1%	-38.4%	-45.2%	-64.9%
破壁机	33.2%	10.0%	48.8%	-42.8%	-38.3%	-50.9%
电饭煲	43.5%	25.0%	65.9%	19.2%	37.1%	-14.6%
生活电器	30.2%	24.9%	62.1%	9.1%	21.2%	42.4%
吸尘器	19.3%	24.9%	35.1%	4.8%	-4.4%	-4.6%
扫地机器人	27.9%	10.8%	50.1%	72.5%	2.3%	204.8%

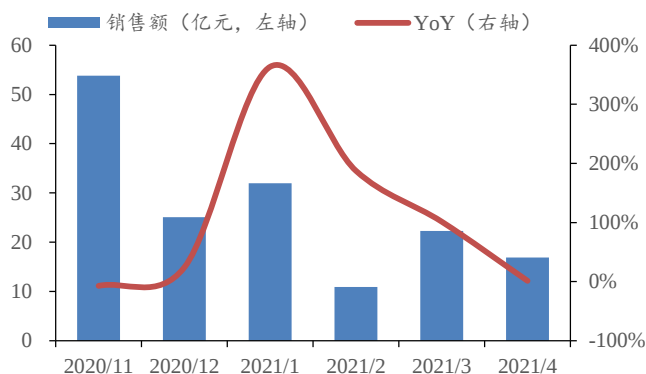
资料来源：淘数据，民生证券研究院

二、白色家电：空调零售同比持平，冰洗延续稳健增长

（一）空调：行业零售额同比+1.4%，海尔市占率同比+7.6 PCT

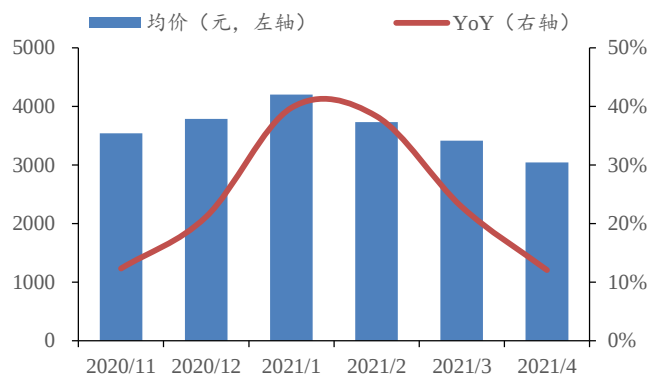
据淘数据，2021年4月空调行业零售额同比+1.4%，零售均价同比+12.1%。受低基数效应减弱影响，4月零售额同比增速较Q1有所放缓，但仍保持稳健态势。均价方面，一方面由于2021年以来上游原材料价格涨幅较大，成本压力向下游传导驱动产品均价提升；另一方面在价格战后时代，长尾品牌份额得到出清之后，龙头进一步价格竞争的动力有所减弱，叠加新能效政策下产品结构优化，产品均价保持提升态势，并在未来一个季度左右尺度大概率仍将延续。

图1：空调行业月度销售额及同比增速序列



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图2：空调行业月度零售均价及同比增速序列

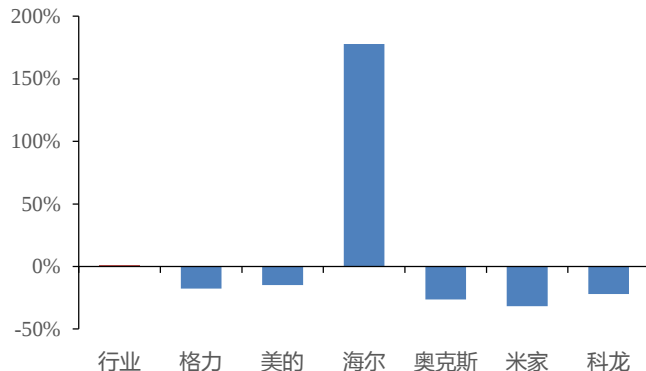


资料来源：淘数据，民生证券研究院

分品牌来看，海尔2021年4月份零售额实现同比+177.7%，表现最为亮眼；格力、美的零售额分别同比-17.5%和-14.8%，经历2021Q1高增长之后小幅下滑；其他品牌方面，奥克斯、米家和科龙零售额分别同比-26.3%、-31.7%和-22.0%，下滑幅度较为明显。

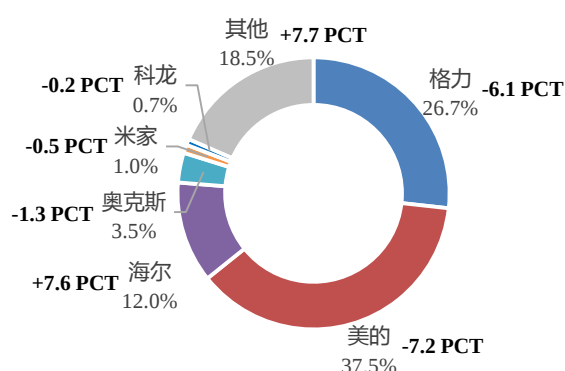
竞争格局方面，海尔市占率同比+7.6 PCT达到12.0%，较2020年同期显著提升；美的、格力市占率为37.5%和26.7%，分别同比-7.2、-6.1 PCT；其他品牌方面，奥克斯、米家和科龙市占率分别同比-1.3、-0.5和-0.2 PCT。

图3：2021年4月各空调品牌销售额同比增速



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图4：2021年4月各空调品牌市场份额及同比变动

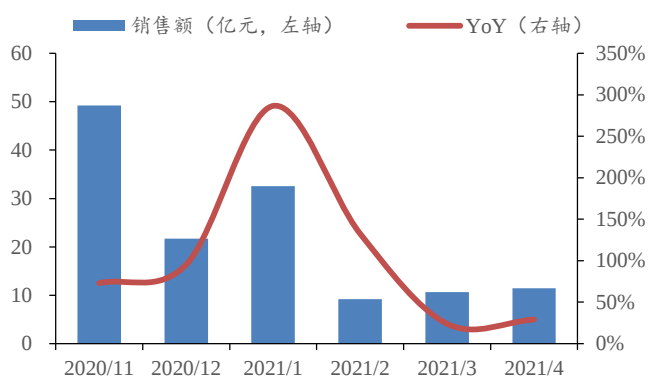


资料来源：淘数据，民生证券研究院

(二) 冰箱：行业零售额同比+29.0%，海尔市占率同比+11.1 PCT

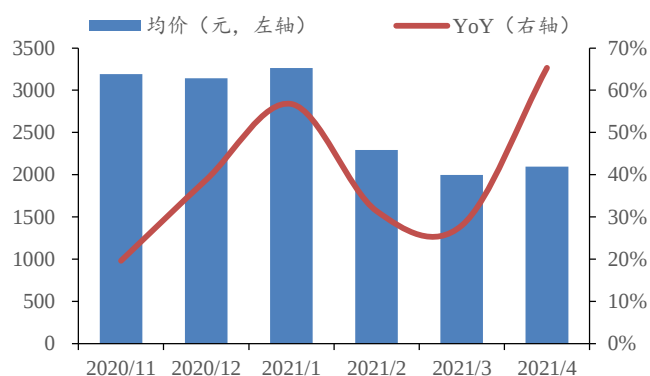
据淘数据，2021年4月冰箱行业零售额同比+29.0%，与上月相比增长继续提速；产品均价同比+65.3%，延续了2020年8月份以来的上行趋势。进入4月份之后，2020年同期低基数效应明显减弱，行业回归常态后的稳健增长主要由均价提升驱动。一方面，上游原材料涨价向下游传导驱动产品均价提升，而龙头公司有望凭借采购端的较强议价能力实现对部分成本端压力的有效对冲；另一方面，行业产品结构优化也是均价提升的关键驱动因素。在冰箱产品均价显著提升的背景下，产品力与品牌力将在竞争发挥更加重要的作用，龙头公司有望实现市占率和盈利水平的进一步提升。

图5：冰箱行业月度销售额及同比增速序列



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图6：冰箱行业月度零售均价及同比增速序列

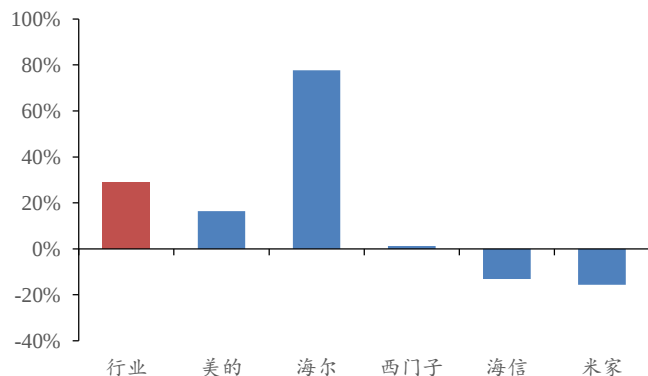


资料来源：淘数据，民生证券研究院

分品牌来看，2021年4月份主要冰箱龙头均实现稳健增长，其中海尔零售额同比+77.7%，表现最为亮眼；美的零售额同比+16.5%，小幅跑输行业；其它品牌方面，西门零售额同比+1.3%，基本持平去年同期，海信、米家零售额均有一定下滑，分别同比-13.1%、-15.6%。

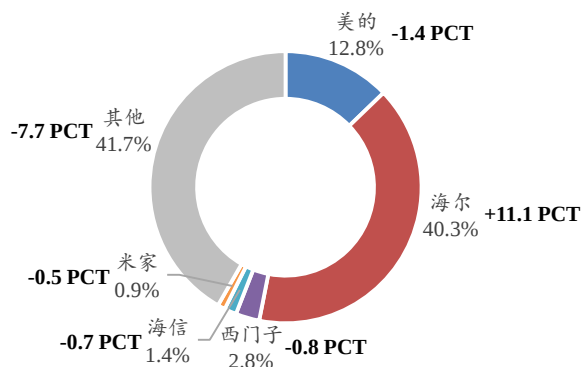
竞争格局方面，海尔市占率提升最为显著，同比+11.1 PCT至40.3%；美的市占率同比-1.4 PCT至12.8%；其他品牌方面，西门子、海信和米家市占率分别同比-0.8、-0.7和-0.5 PCT。受益于海尔的强势表现，行业CR2同比+9.7 PCT至53.1%。

图7：2021年4月各冰箱品牌销售额同比增速



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图8：2021年4月各冰箱品牌市场份额及同比变动

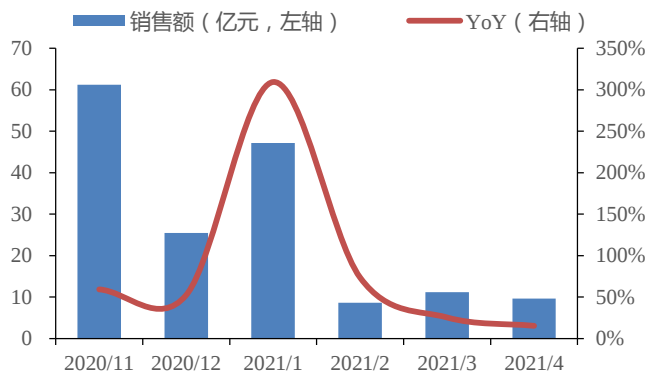


资料来源：淘数据，民生证券研究院

(三) 洗衣机：产品均价同比+55.7%，行业 CR2 同比+14.6 PCT

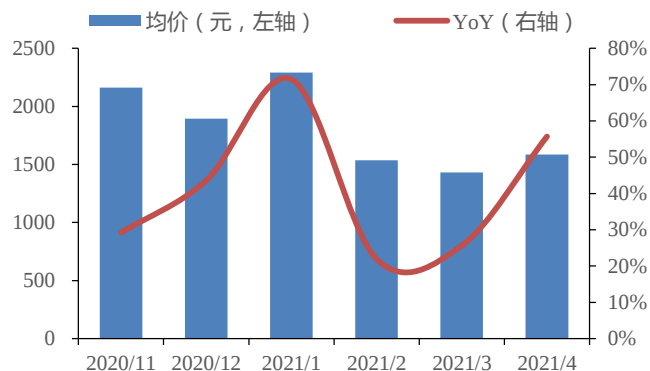
据淘数据，2021 年 4 月洗衣机行业零售额实现同比+15.3%，均价同比+55.7%。与空调、冰箱情况类似。我们认为，上游原材料涨价+产品结构高端化共同驱动洗衣机产品均价提升。在此背景下，龙头公司有望凭借优质的品牌力背书、产品布局和规模优势有效对冲原材料成本上涨压力，从而充分受益于行业景气，实现市场份额提升和盈利能力优化。

图9：洗衣机行业月度销售额及同比增速序列



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图10：洗衣机行业月度零售均价及同比增速序列

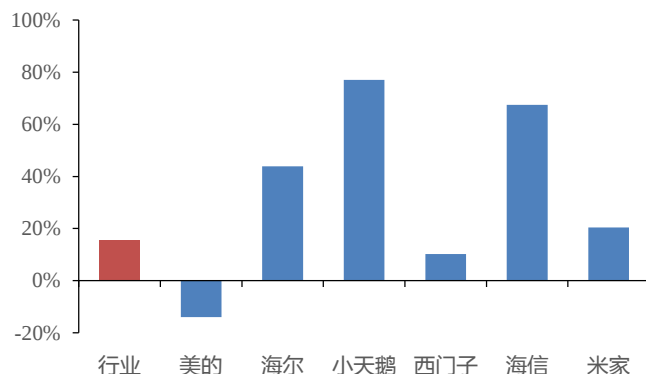


资料来源：淘数据，民生证券研究院

分品牌来看，2021 年 4 月份洗衣机行业主要龙头品牌均实现良好增长，其中海尔、小天鹅和海信零售额分别同比+43.9%、+77.0%和+67.5%，实现大幅超越行业增长；西门子与米家零售额分别同比+10.2%、+20.4%，增速保持稳健；美的零售额同比-13.9%，表现略显平淡。

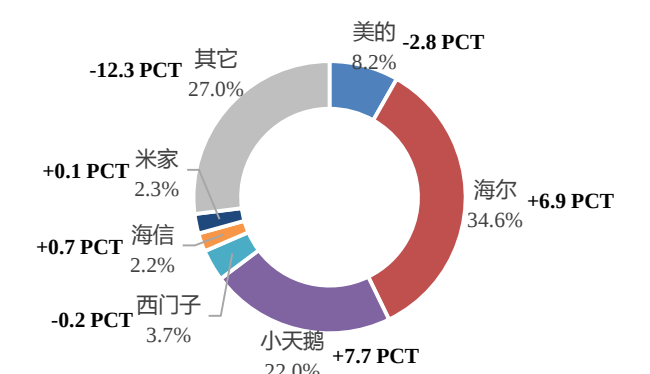
竞争格局方面，海尔、小天鹅市占率提升最为显著，其中海尔市占率同比+6.9 PCT 至 34.6%，小天鹅市占率同比+7.7 PCT 至 22.0%；海信、米家品牌市占率分别同比+0.7、+0.1 PCT 至 2.2%和 2.3%；西门子和美的市占率均有所下滑，分别同比-0.2、-2.8 PCT 至 3.7%和 8.2%。行业 CR2 同比+14.6 PCT 至 56.6%，竞争格局优化显著。

图11：2021 年 4 月各洗衣机品牌销售额同比增速



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图12：2021 年 4 月各洗衣机品牌市场份额及同比变动



资料来源：淘数据，民生证券研究院

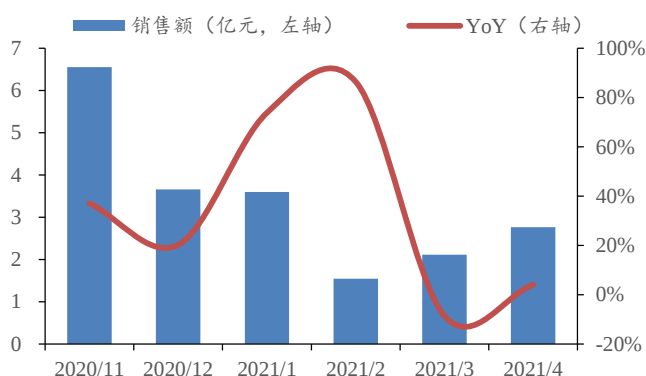
三、厨房大家电：品类间增速分化，集成灶表现亮眼

（一）行业：集成灶零售额同比+42.3%，传统品类表现相对平淡

据淘数据，2021年4月厨房大家电行业整体增速有所回落，零售额同比-2.2%。分品类来看，传统厨电品类和新式厨电品类之间增速出现明显分化。其中，传统厨电油烟机、燃气灶和热水器4月零售额增速分别为+4.0%、-5.8%和+11.1%，与2021Q1相比增速有所下降；新式厨电代表产品集成灶继续保持较高景气度，零售额同比+42.3%，当前集成灶在厨电产品中渗透率仍然处于较低水平，有望凭借其油烟高吸净与空间节约优势继续实现加速渗透；嵌入式品类代表产品洗碗机在4月份表现略显疲软，零售额同比-18.3%，为近一年来首次负增长。

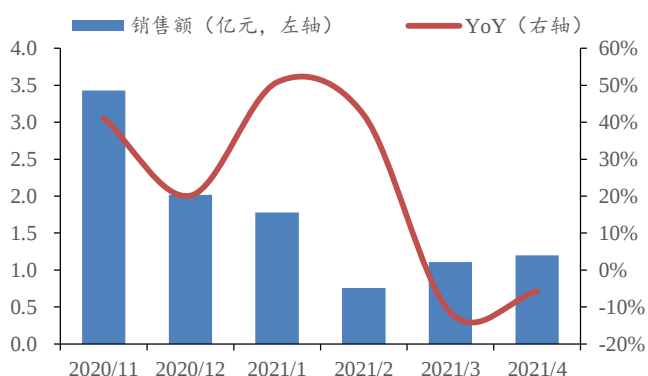
厨房大家电板块具备鲜明的地产后周期特征，2021年地产数据持续向好有望拉动行业高景气。据Wind数据，截至2021年3月，我国房屋竣工面积累计同比+22.9%，商品房销售面积累计同比+63.8%，地产景气度持续向好有望拉动装修需求持续释放，从而带动厨房大家电需求加速回暖。

图13: 抽油烟机行业月度销售额及同比增速序列



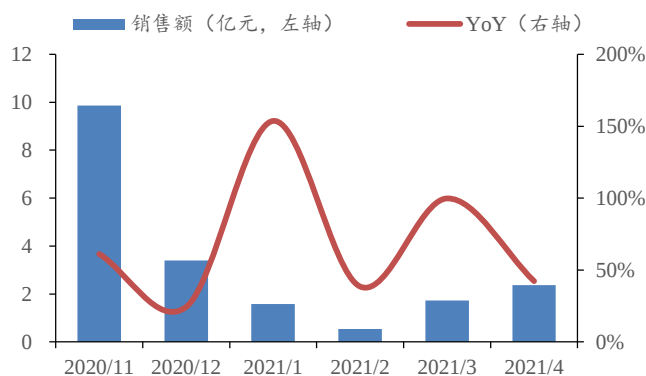
资料来源：淘数据，民生证券研究院

图14: 燃气灶行业月度销售额及同比增速序列



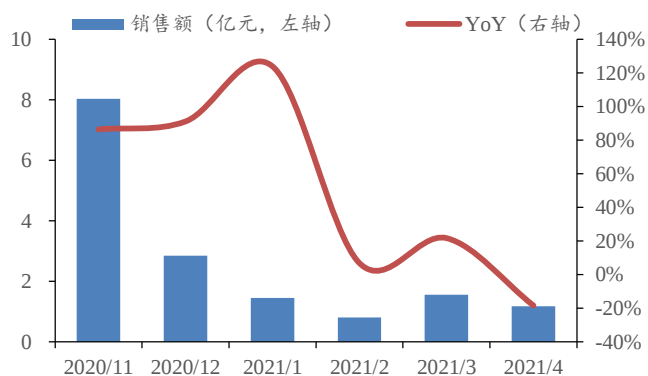
资料来源：淘数据，民生证券研究院

图15: 集成灶行业月度销售额及同比增速序列



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图16: 嵌入式洗碗机行业月度销售额及同比增速序列



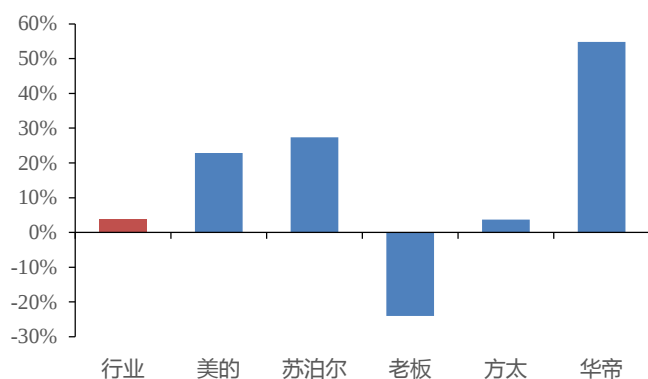
资料来源：淘数据，民生证券研究院

(二) 竞争格局：火星人集成灶市占率同比+19.3 PCT 达 28.4%

抽油烟机行业：分品牌来看，2021 年 4 月份主要龙头品牌均实现良好增长，其中华帝零售额同比+54.8%，实现大幅超越行业增长；美的、苏泊尔零售额增速分别为+22.8%、+27.4%，同样显著跑赢行业；方太零售额同比+3.7%，与行业增速基本持平；老板在 4 月份表现略显疲软，零售额同比-24.1%。

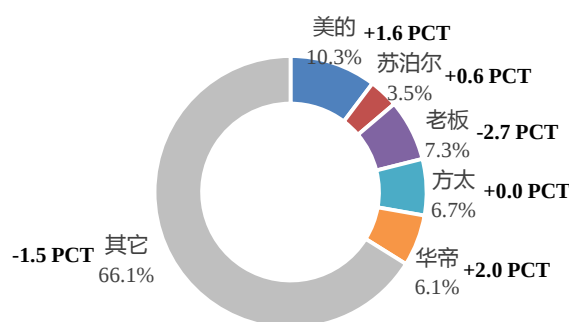
竞争格局方面，华帝市占率同比+2.0 PCT 达到 6.1%，相较此前表现大幅改善；美的市占率同比+1.6 PCT 达到 10.3%，市场份额稳中有升；苏泊尔市占率同比+0.6 PCT 至 3.5%，方太市占率为 6.7%，与去年同期基本持平；老板市占率略有下滑，同比-2.7 PCT 至 7.3%。整体来看，行业 CR5 同比+1.5 PCT 至 33.9%，集中度呈现稳步提升趋势。

图17: 2021 年 4 月抽油烟机行业各品牌销售额累计同比



资料来源：淘数据，民生证券研究院

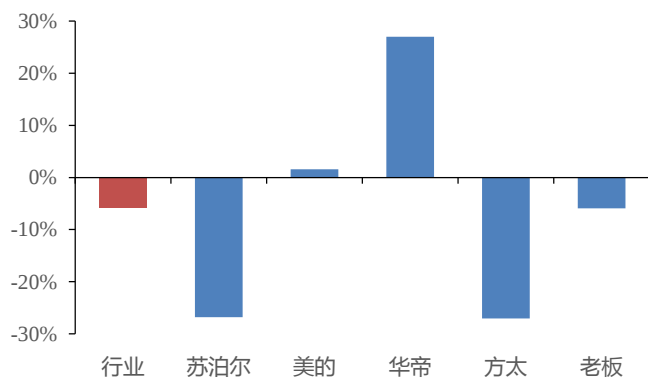
图18: 2021 年 4 月抽油烟机行业各品牌份额及同比变动



资料来源：淘数据，民生证券研究院

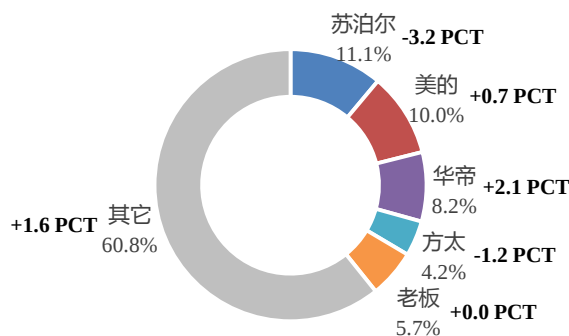
燃气灶行业：分品牌来看，4 月份仅华帝和美的实现正增长。其中，华帝零售额同比+27.0%，实现大幅超越行业增长；美的零售额同比+1.5%，基本与去年同期持平；老板、方太和苏泊尔零售额分别同比-5.9%、-27.0%和-26.8%。竞争格局方面，华帝市占率同比+2.1 PCT 达 8.2%，份额提升最为显著；美的市占率同比+0.7 PCT 至 10.0%；老板市占率基本持平去年同期，方太、苏泊尔市占率分别同比-1.2、-3.2 PCT 至 4.2%和 11.1%。

图19: 2021 年 4 月燃气灶行业各品牌销售额累计同比



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图20: 2021 年 4 月燃气灶行业各品牌份额及同比变动

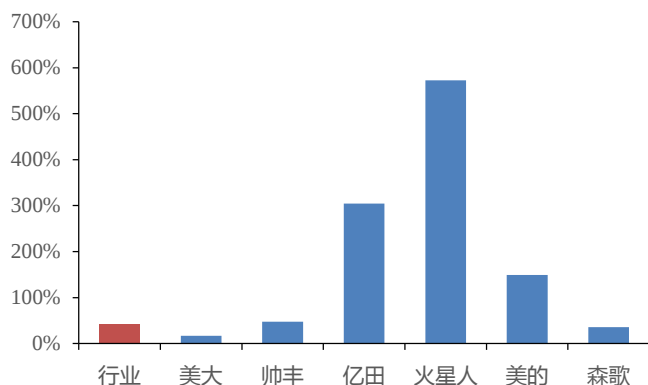


资料来源：淘数据，民生证券研究院

集成灶行业：分品牌来看，4月份行业主要龙头均实现良好增长。其中，火星人零售额同比+572.9%，大幅跑赢行业；亿田、美的零售额分别同比+304.2%、+149.1%，同样实现翻倍以上增长；美大、帅丰和森歌零售额分别同比+16.6%、+47.7%和+35.3%，亦保持良好增速。

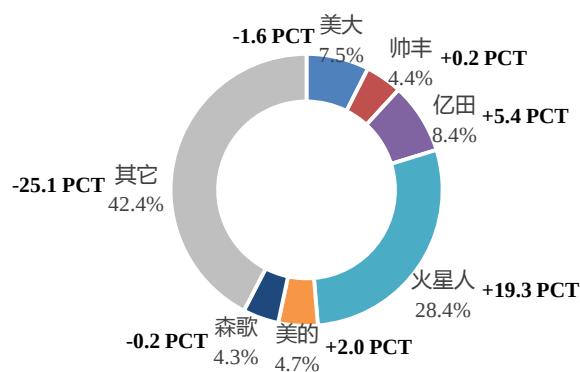
竞争格局方面，火星人市占率同比大幅提升 19.3 PCT 达 28.4%，表现最为亮眼；亿田、美的市占率分别同比+5.4、+2.0 PCT 至 8.4%和 4.7%，提升显著；帅丰、森歌市占率分别为 4.4%和 4.3%，与去年同期基本持平；美大市占率有所下降，同比-1.6 PCT 至 7.5%。整体来看，行业 CR5 同比+25.3 PCT 至 53.3%，集中度显著提升。

图21：2021年4月集成灶行业各品牌销售额累计同比



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图22：2021年4月集成灶行业各品牌份额及同比变动

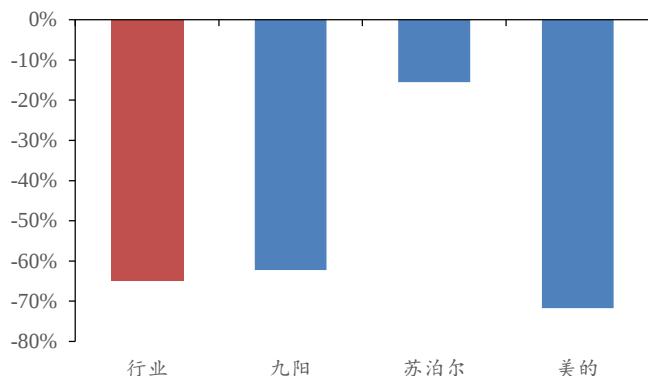


资料来源：淘数据，民生证券研究院

四、厨房小家电：高基数背景下行业增速有所回落

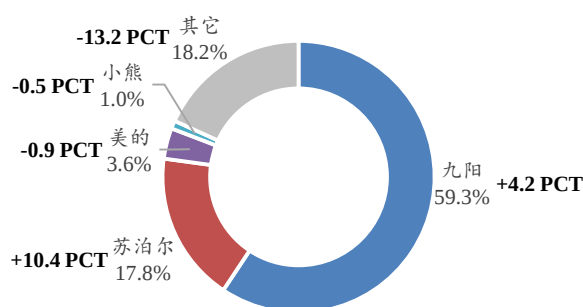
据淘数据，厨房小家电行业4月整体增速有所回落，零售额同比-20.3%，受2020Q1宅家生活背景下厨房小家电需求阶段性爆发及购物电商化趋势双重因素影响，厨房小家电受到基数效应影响在所有家电品类中最为显著。其中豆浆机、破壁机和电饭煲分别同比-64.9%、-50.9%和-14.6%；九阳豆浆机、破壁机和电饭煲市占率分别同比+4.2、+21.2和+8.3 PCT，表现亮眼。

图23：2021年4月豆浆机行业各品牌销售额累计同比



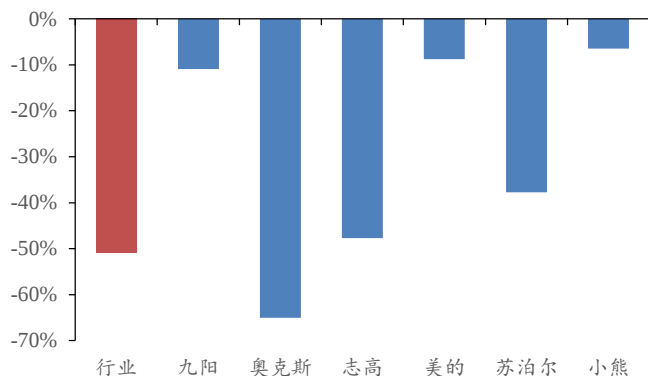
资料来源：淘数据，民生证券研究院

图24：2021年4月豆浆机行业各品牌份额及同比变动



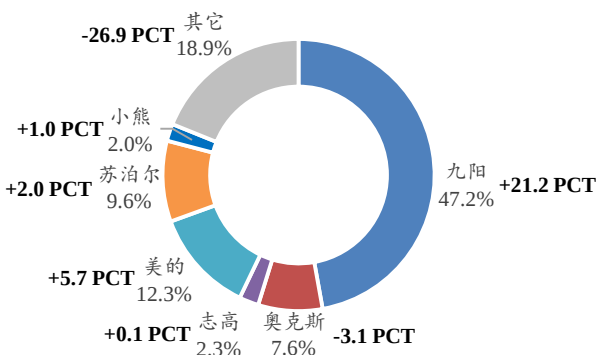
资料来源：淘数据，民生证券研究院

图25：2021年4月破壁机行业各品牌销售额累计同比



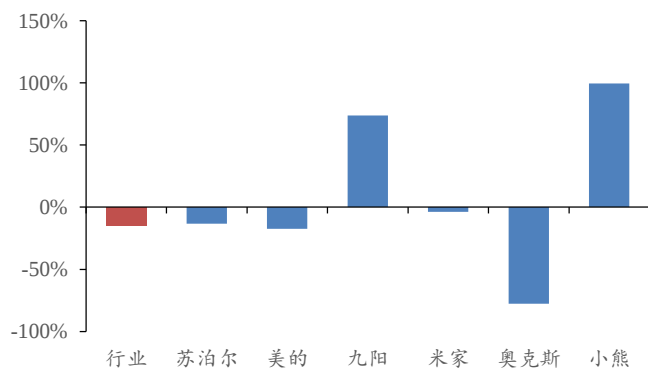
资料来源：淘数据，民生证券研究院

图26：2021年4月破壁机行业各品牌份额及同比变动



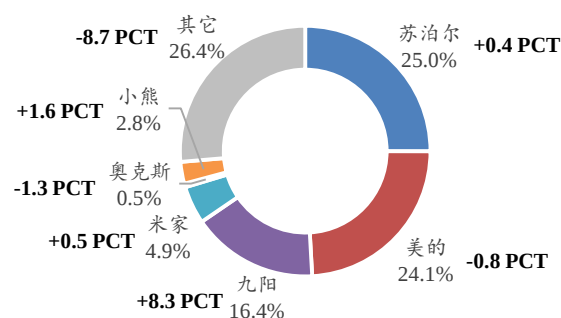
资料来源：淘数据，民生证券研究院

图27：2021年4月电饭煲行业各品牌销售额累计同比



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图28：2021年4月电饭煲行业各品牌份额及同比变动

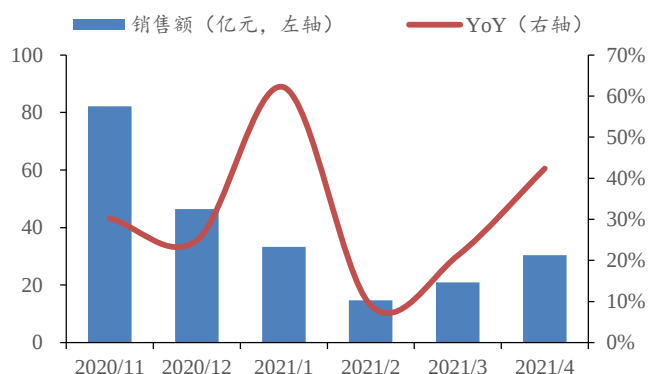


资料来源：淘数据，民生证券研究院

五、生活电器：扫地机器人行业同比+205%，增势迅猛

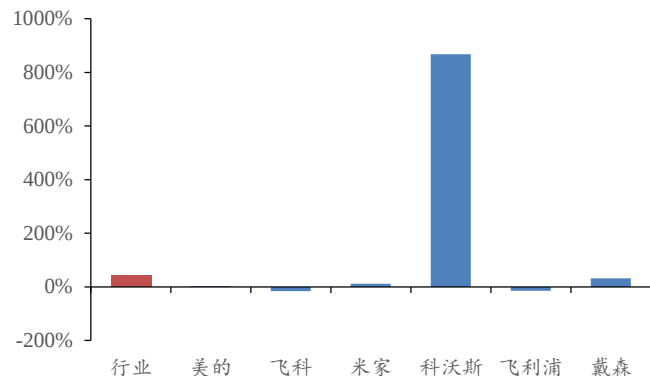
2021年4月份生活电器行业景气度继续上行，零售额同比+42.4%；分品牌来看，科沃斯表现最为突出，零售额同比+867.6%；戴森零售额同比+31.4%，保持稳健增长；米家、美的零售额分别同比+11.0%、+3.5%；飞科、飞利浦零售额有所下滑，分别同比-16.4%、-15.0%。

图29：生活电器行业销售额及同比增速序列



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图30：2021年4月生活电器行业各品牌份额及同比变动



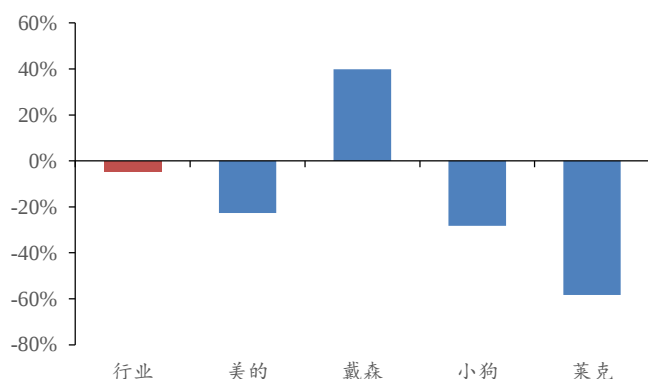
资料来源：淘数据，民生证券研究院

吸尘器行业：2021年4月份吸尘器按行业增速小幅下滑，零售额同比-4.6%。

分品牌来看，戴森零售额同比+39.9%，实现大幅超越行业增长；美的、小狗和莱克均有不同程度下滑，零售额分别同比-22.6%、-28.2%和-58.3%。

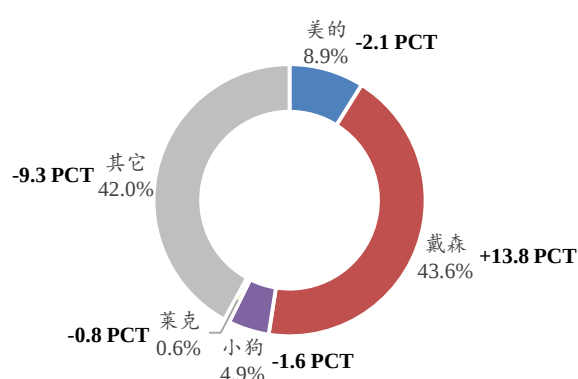
竞争格局方面，戴森市占率同比大幅提升 13.8 PCT 至 43.6%；美的、小狗和莱克市占率有所下滑，分别同比-2.1、-1.6 和-0.8 PCT。

图31：2021年4月吸尘器行业各品牌销售额累计同比



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图32：2021年4月吸尘器行业各品牌份额及同比变动



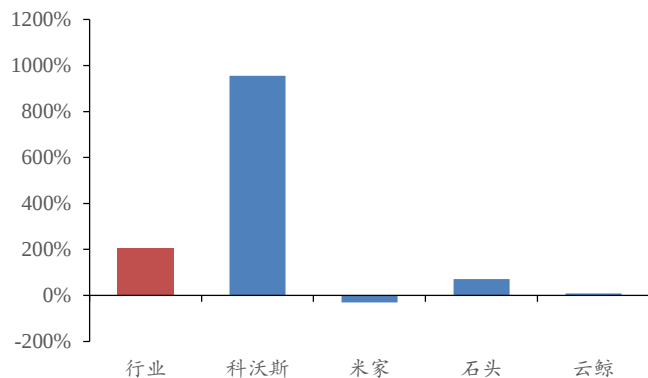
资料来源：淘数据，民生证券研究院

扫地机器人行业：2021年4月份扫地机器人行业零售额实现同比+204.8%，增速创一年来新高。

分品牌来看，科沃斯零售额同比+955.2%，大幅跑赢行业；石头零售额同比+71.0%，同样保持较高增速；云鲸、米家零售额分别同比+7.7%、-31.2%。

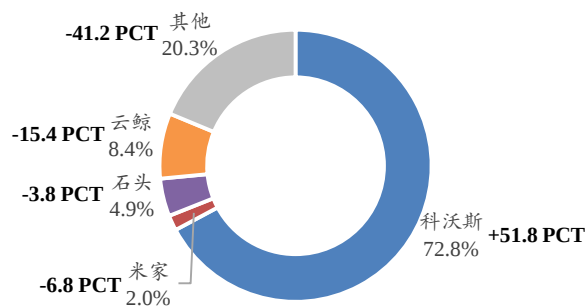
竞争格局方面，科沃斯市占率同比+51.8 PCT 至 72.8%，石头、米家和云鲸市占率均有不同程度下滑，分别同比-3.8、-6.8 和-15.4 PCT。

图33: 2021 年 4 月扫地机器人各品牌销售额累计同比



资料来源：淘数据，民生证券研究院

图34: 2021 年 4 月扫地机器人行业各品牌份额及同比变动



资料来源：淘数据，民生证券研究院

六、天猫旗舰店：厨房小电增速稳健，扫地机器人高景气

整体来看，我们关注的家电龙头公司的天猫旗舰店在 2021 年 4 月份增速有所分化。

白电板块，仅小天鹅实现正增长，零售额同比+6.8%；卡萨帝与去年同期基本实现持平，零售额同比-2.6%；格力、美的和海尔零售额分别同比-56.5%、-15.0%和-19.4%。

厨房大家电板块，华帝零售额同比+13.2%，方太、老板均有一定程度下滑，零售额分别同比-11.3%、-16.9%。

厨房小家电板块，苏泊尔、九阳和小熊在高基数下实现稳健增长，零售额同比+31.5%、+85.8%和+71.0%；摩飞增速有所下滑，零售额同比-10.6%。

生活电器板块，扫地机器人龙头石头和科沃斯旗舰店销售额分别实现同比+86.2%和+1218.0%，延续此前强势表现；吸尘器龙头方面，戴森零售额同比+47.6%，莱克表现相对平淡，零售额同比-46.4%。

表2：2021 年 4 月各品牌天猫旗舰店累计销售额同比增速

YoY: 销售额	2020/11	2020/12	2021/1	2021/2	2021/3	2021/4
白色家电						
格力	-21.9%	14.1%	372.6%	17.9%	-13.5%	-56.5%
美的	-11.9%	22.0%	53.4%	27.4%	-6.4%	-15.0%
小天鹅	26.4%	31.7%	48.7%	42.6%	37.3%	6.8%
海尔	3.9%	59.9%	46.9%	79.5%	14.8%	-19.4%
卡萨帝	72.6%	207.2%	119.6%	47.4%	28.3%	-2.6%
厨房大家电						
华帝	-14.9%	38.4%	50.7%	78.2%	59.9%	13.2%
方太	32.8%	76.4%	134.5%	120.8%	58.5%	-11.3%
老板	38.9%	140.6%	127.7%	113.5%	103.3%	-16.9%
厨房小家电						
苏泊尔	70.4%	98.9%	122.4%	85.5%	66.1%	31.5%
九阳	17.8%	84.9%	191.3%	39.3%	13.6%	85.8%
小熊	1046.9%	1008.8%	637.3%	136.0%	117.8%	71.0%
摩飞	137.1%	0.9%	133.6%	-64.6%	-61.8%	-10.6%
生活电器						
戴森	-9.8%	9.5%	16.9%	-5.7%	57.9%	47.6%
莱克	-17.3%	40.5%	107.5%	-30.0%	-43.7%	-46.4%
石头	158.2%	106.4%	94.7%	60.2%	88.3%	86.2%
科沃斯	61.9%	32.2%	124.9%	56.0%	211.1%	1218.0%

资料来源：淘数据，民生证券研究院

七、风险提示：

行业竞争加剧，需求复苏不及预期，原材料价格大幅波动等。

插图目录

图 1: 空调行业月度销售额及同比增速序列.....	4
图 2: 空调行业月度零售均价及同比增速序列.....	4
图 3: 2021 年 4 月各空调品牌销售额同比增速.....	4
图 4: 2021 年 4 月各空调品牌市场份额及同比变动.....	4
图 5: 冰箱行业月度销售额及同比增速序列.....	5
图 6: 冰箱行业月度零售均价及同比增速序列.....	5
图 7: 2021 年 4 月各冰箱品牌销售额同比增速.....	5
图 8: 2021 年 4 月各冰箱品牌市场份额及同比变动.....	5
图 9: 洗衣机行业月度销售额及同比增速序列.....	6
图 10: 洗衣机行业月度零售均价及同比增速序列.....	6
图 11: 2021 年 4 月各洗衣机品牌销售额同比增速.....	6
图 12: 2021 年 4 月各洗衣机品牌市场份额及同比变动.....	6
图 13: 抽油烟机行业月度销售额及同比增速序列.....	7
图 14: 燃气灶行业月度销售额及同比增速序列.....	7
图 15: 集成灶行业月度销售额及同比增速序列.....	7
图 16: 嵌入式洗碗机行业月度销售额及同比增速序列.....	7
图 17: 2021 年 4 月抽油烟机行业各品牌销售额累计同比.....	8
图 18: 2021 年 4 月抽油烟机行业各品牌份额及同比变动.....	8
图 19: 2021 年 4 月燃气灶行业各品牌销售额累计同比.....	8
图 20: 2021 年 4 月燃气灶行业各品牌份额及同比变动.....	8
图 21: 2021 年 4 月集成灶行业各品牌销售额累计同比.....	9
图 22: 2021 年 4 月集成灶行业各品牌份额及同比变动.....	9
图 23: 2021 年 4 月豆浆机行业各品牌销售额累计同比.....	10
图 24: 2021 年 4 月豆浆机行业各品牌份额及同比变动.....	10
图 25: 2021 年 4 月破壁机行业各品牌销售额累计同比.....	10
图 26: 2021 年 4 月破壁机行业各品牌份额及同比变动.....	10
图 27: 2021 年 4 月电饭煲行业各品牌销售额累计同比.....	10
图 28: 2021 年 4 月电饭煲行业各品牌份额及同比变动.....	10
图 29: 生活电器行业销售额及同比增速序列.....	11
图 30: 2021 年 4 月生活电器行业各品牌份额及同比变动.....	11
图 31: 2021 年 4 月吸尘器行业各品牌销售额累计同比.....	11
图 32: 2021 年 4 月吸尘器行业各品牌份额及同比变动.....	11
图 33: 2021 年 4 月扫地机器人各品牌销售额累计同比.....	12
图 34: 2021 年 4 月扫地机器人行业各品牌份额及同比变动.....	12

表格目录

表 1: 2021 年 4 月淘系平台家电行业累计销售额同比增速.....	3
表 2: 2021 年 4 月各品牌天猫旗舰店累计销售额同比增速.....	13

分析师简介

李锋，研究院执行副院长，曾供职于国家经委、国家物资部、国家贸易部、中国信达信托投资公司、中国银河证券有限责任公司。

分析师承诺

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求客观、公正，结论不受任何第三方的授意、影响，特此声明。

评级说明

公司评级标准	投资评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价的涨跌幅为基准。	推荐	分析师预测未来股价涨幅 15%以上
	谨慎推荐	分析师预测未来股价涨幅 5%~15%之间
	中性	分析师预测未来股价涨幅-5%~5%之间
	回避	分析师预测未来股价跌幅 5%以上
行业评级标准		
以报告发布日后的 12 个月内行业指数的涨跌幅为基准。	推荐	分析师预测未来行业指数涨幅 5%以上
	中性	分析师预测未来行业指数涨幅-5%~5%之间
	回避	分析师预测未来行业指数跌幅 5%以上

民生证券研究院：

北京：北京市东城区建国门内大街28号民生金融中心A座17层； 100005

上海：上海市浦东新区世纪大道1239号世纪大都会1201A-C单元； 200122

深圳：广东省深圳市深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 6701-01 单元； 518001

免责声明

本报告仅供民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。客户不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。本公司也不对因客户使用本报告而导致的任何可能的损失负任何责任。

本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。

本公司在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或参与本报告所提及的公司的金融交易，亦可向有关公司提供或获取服务。本公司的一位或多位董事、高级职员或/和员工可能担任本报告所提及的公司的董事。

本公司及公司员工在当地法律允许的条件下可以向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务以及顾问、咨询业务在内的服务或业务支持。本公司可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。

未经本公司事先书面授权许可，任何机构或个人不得更改或以任何方式发送、传播本报告。本公司版权所有并保留一切权利。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。